

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

SALESIANOS



salesianos

Versión febrero 2015

La identidad corporativa no es algo estático en el tiempo, con la capacidad de representarnos eternamente. En una sociedad cambiante, en constante evolución, sacudida por modas y tendencias, puede que en algún momento deje de servir adecuadamente a nuestros intereses, especialmente si se producen cambios internos de envergadura.

La unificación de inspecciones salesianas y la dispersión de identidades visuales en las sedes inspeccionales, en sus centros y proyectos, necesita un criterio unificador donde la marca sea reconocida y percibida como una sola identidad.

El desajuste entre lo que se es y la imagen con la que se proyecta ante la sociedad, tendrá siempre consecuencias negativas para el proyecto. Por eso conviene identificar los puntos claves a los que se quiere orientar la proyección visual de la marca "Salesianos" para que puedan complementar la orientación de la congregación en España y establecer una serie de fines que la nueva identidad se marque como objetivos:

PLASMAR LOS CAMBIOS

Salesianos España adquiere un cambio en su forma de ser al establecerse dentro de un nuevo panorama inspeccional. Este cambio debe conllevar una unificación de su identidad e imagen para que sea representativa y unificadora.

INFLUIR EN LA PERCEPCIÓN EXTERNA

El objetivo de una marca es precisamente el proporcionar a las personas que la perciben de un "marcage", de una impregnación de señales que sean percibidas de forma positiva y recordadas fácilmente. Ello permitirá añadir un elemento diferenciador frente a otros colegios o plataformas y reforzar entre sí las diferentes líneas de actuación de los proyectos salesianos.

ESTABILIZACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN

Salesianos ya tiene su sitio en el panorama educativo y social de España. Con la nueva estrategia de adecuación a la realidad es necesario un cambio de imagen que la proyecte y la potencie. Una imagen sólida y estable que plasme los valores de la educación salesiana.

EXPANSIÓN

Las fusiones entre inspecciones traen consigo cambios. La imagen deja de estar ligada a una determinada zona geográfica, a un segmento específico o a un proyecto concreto y todo esto implica una redefinición de la identidad visual.

EVITAR PROBLEMAS TÉCNICOS

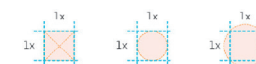
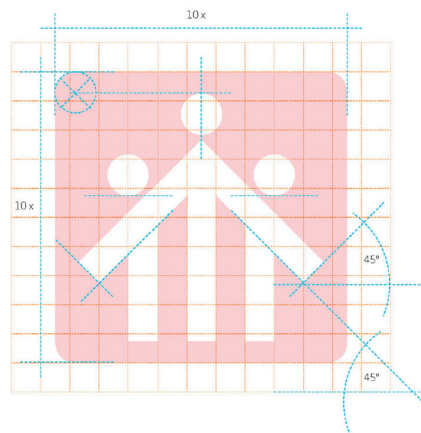
Nuestra imagen corporativa debe ser reproducida correctamente, sobre todo en formatos pequeños, múltiples fondos y distintos soportes como pueden ser el papel o las pantallas.

Partiendo del símbolo internacional descrito en páginas anteriores, nos proponemos mantener sólo el pictograma que simboliza a la casa y eliminar el de la "S". El motivo principal es la legibilidad, ya que el fondo con la "S" tiende a confundir y disminuir el impacto del primero. Además, nuestro símbolo irá acompañado de la palabra "SALESIANOS", por lo que se puede obviar cualquier tipografía que haga referencia a la congregación.

Al mismo tiempo se dota al símbolo de un recuadro de bordes redondeados que potencia la imagen de la casa al dejarla en blanco y le suma la acepción del recuadro como entorno común que comprende a todo lo salesiano y cohesiona a los numerosos elementos que componen el símbolo de la casa.

Se ha construido un módulo base sobre el que trazar todas las proporciones del símbolo, incluidas las esferas y las esquinas curvas del cuadrado rojo.

La anchura del símbolo queda englobada en una proporción de 10/10 x.



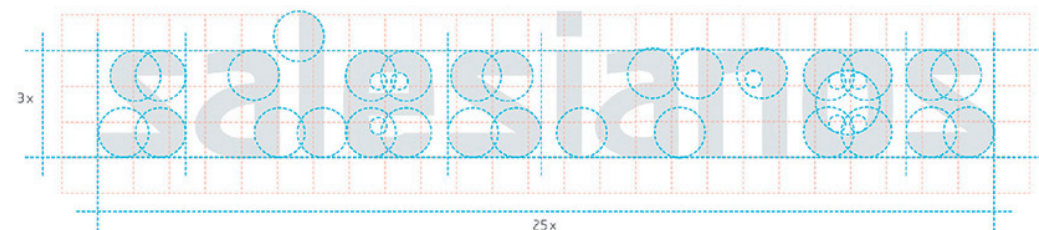
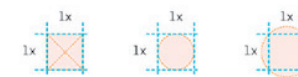
El tipo de letra que se ha construido tiene un gran potencial expresivo y contribuye a crear una "voz" distinguible al tener un carácter diferenciado de cualquier otra. Ahora su estilo es más claro y optimiza la presencia de espacios y masas de color.

El conjunto tipográfico es fuerte, grueso, llama la atención y se identifica de forma rápida y eficaz. El logotipo (entendido como marca verbal) destaca de esta forma frente a las tipografías de los textos donde podamos encontrarlo (cartas, dossiers, carteles...). Por eso destacamos la presencia constante y de forma muy legible del emblema "salesianos" en todos los usos. No puede usarse sin el símbolo.

Se ha partido del mismo módulo base que el símbolo y la inclinación de las letras y serifas se ha construido con los mismos ángulos y proporciones del mismo. Se inspira en sus trazos para que pueda mantener una continuidad visual en las formas.

La altura y anchura del logotipo queda englobada en una proporción de $3/25$ x.

Se parte de un uso en minúsculas (caja baja) para transmitir sensación de cercanía y proximidad al receptor.

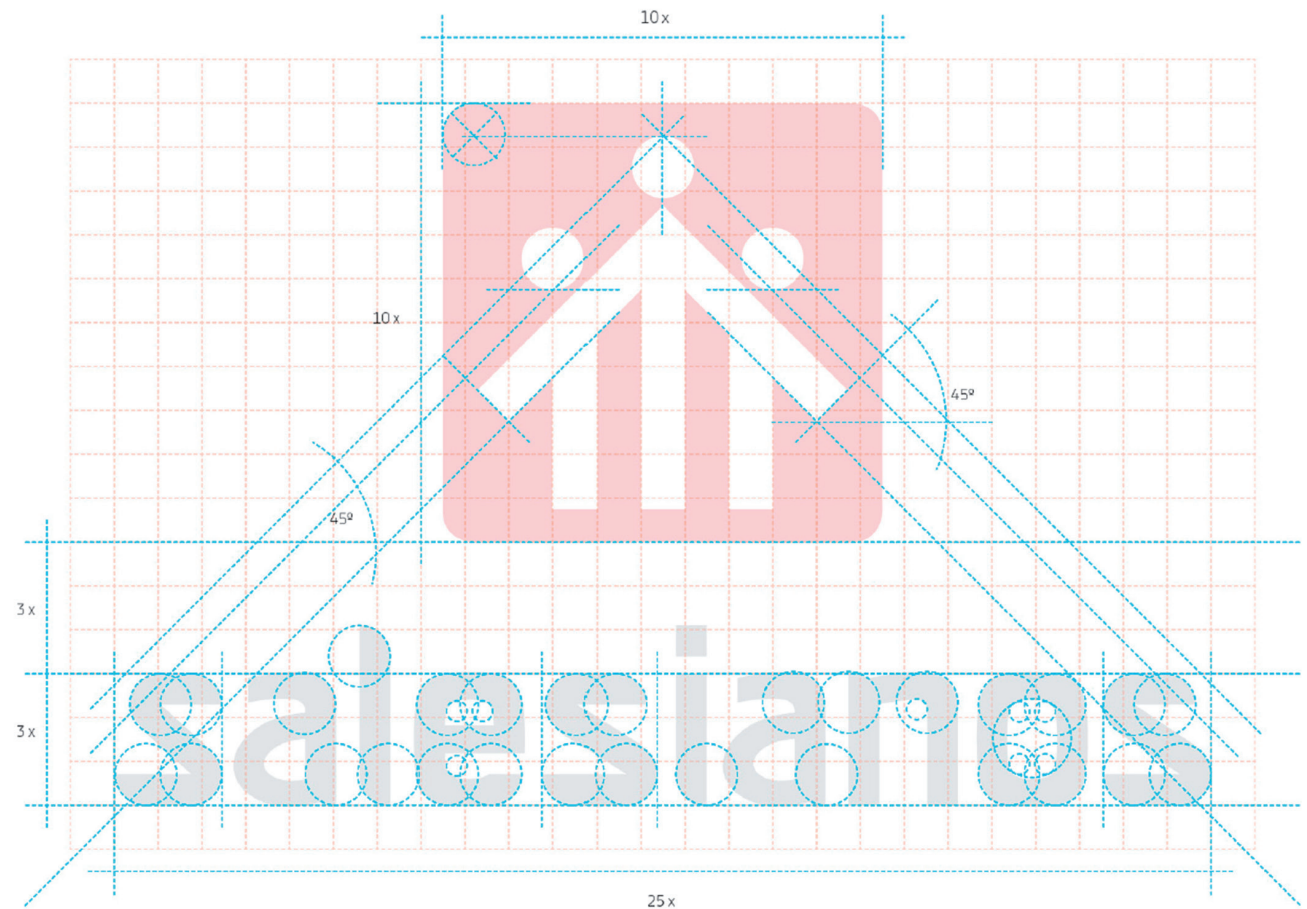
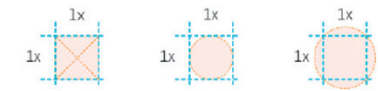


salesianos

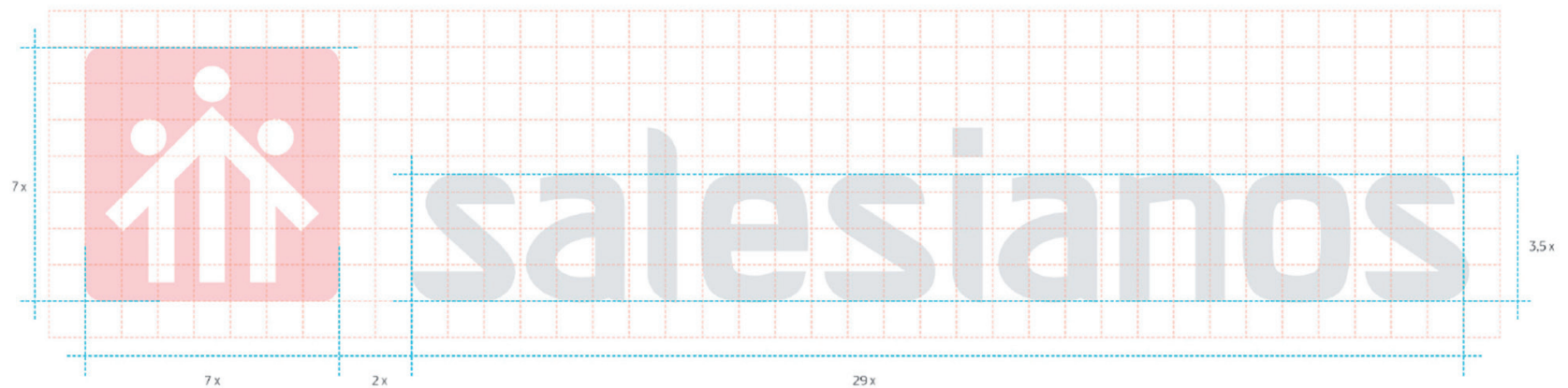
Como conjunto gráfico más potente, el imagotipo aúna al Símbolo y al Nombre (isotipo y logotipo) y se convierte en el punto de partida visual de la imagen corporativa.

La correcta proporción entre ambas partes vuelve a tomar como medida básica el módulo 1x, dejando un espacio de 3x entre el símbolo y la caja del nombre.

A su vez, se puede apreciar como las "S" que aparecen se han modificado –especialmente la primera y la última– para integrarse con la visual del pictograma de la casa y formar así un conjunto aún más integrado.



La correcta proporción entre ambas partes vuelve a tomar como medida básica el módulo $1x$, dejando un espacio de $2x$ entre el símbolo y la caja del nombre.



Para la correcta identificación tanto de la leyenda como del icono, el imago tipo no se podrá reducir por debajo de los siguientes tamaños:

Versión vertical:

- 20 mm. de ancho en materiales impresos
- 100 píxeles de ancho en pantallas

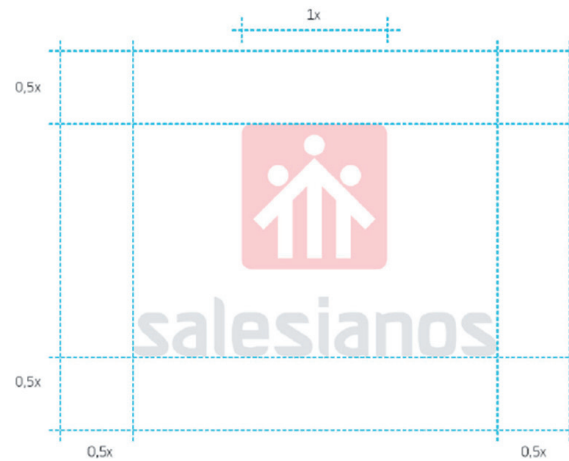
Versión horizontal:

- 27 mm. de ancho en materiales impresos
- 135 píxeles de ancho en pantallas



La estructura envolvente es la zona de influencia del logotipo. No debe ser invadida por textos o imágenes que puedan mermar la fuerza visual de la marca.

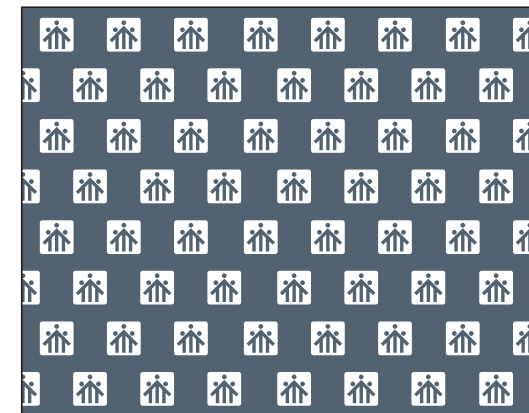
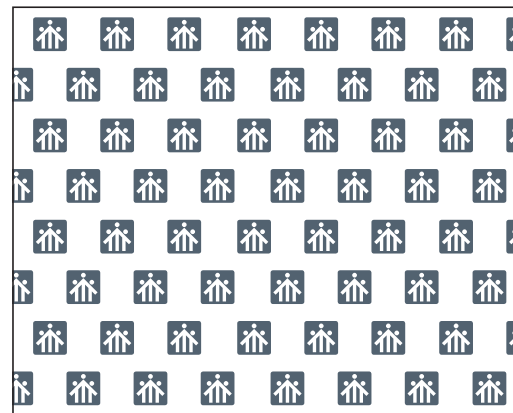
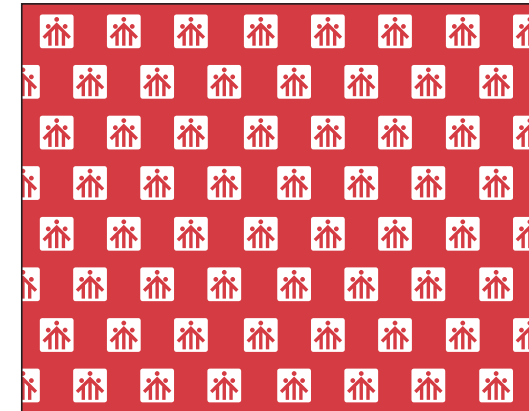
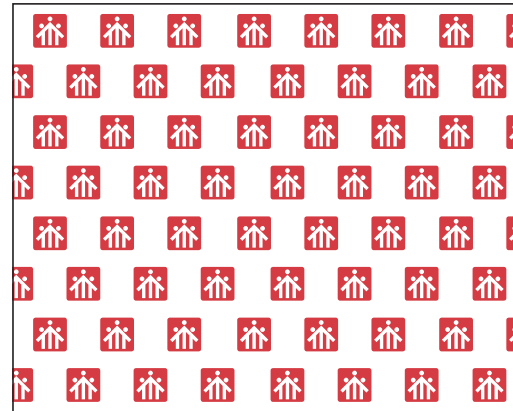
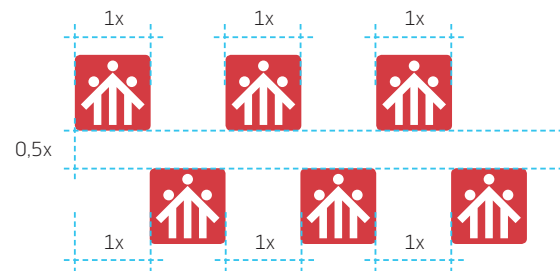
Tomando como medida de referencia el ancho del símbolo, la cota mínima de espacio que formará la estructura envolvente es la mitad de ese ancho.



Los diseños basados en las tramas de multiplicidad se utilizarán como fondos de seguridad o de ornamentación en función de la aplicación que lo requiera.

La trama se reproducirá en los colores corporativos y, opcionalmente, en modos monocromáticos. La anchura del símbolo es la medida que define la cota de construcción de la trama.

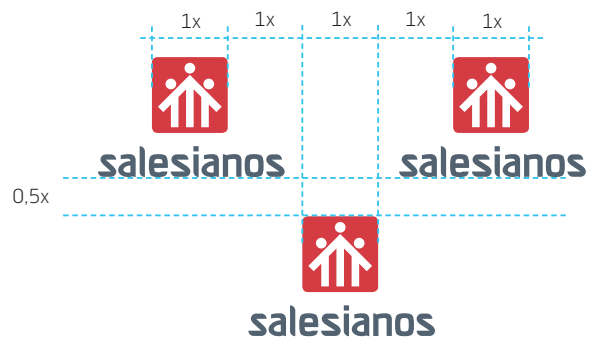
COMPOSICIÓN DE TRAMA CON SÍMBOLO



Los diseños basados en las tramas de multiplicidad se utilizarán como fondos de seguridad o de ornamentación en función de la aplicación que lo requiera.

La trama se reproducirá en los colores corporativos y, opcionalmente, en modos monocromáticos. La anchura del símbolo es la medida que define la cota de construcción de la trama.

COMPOSICIÓN DE TRAMA CON IMAGOTIPO



Los colores de un logotipo ayudan a hacerlo único y a plasmar algunas de las características de la marca. Su presencia emana del escudo de los salesianos, donde el rojo aparece en el corazón llameante transmitiendo fuerza y vitalidad. Los dos colores corporativos básicos son el Pantone 1797 (Rojo) y el Pantone 7545 (Gris).

La impresión de ambos colores se debe realizar, siempre que se pueda, con tinta directa. En caso de que sólo un color pueda ser directo se elegirá siempre el rojo, con el fin de que el gris se imprima con el negro de la cuatricomía.

ROJO

Pantone 1797 PC	Ral 3020	Red: 220 Green: 0 Blue: 27	Cyan: 0% Magenta: 100% Amarillo: 99% Negro: 4%	#dc001b
-----------------	----------	----------------------------------	---------------------------------------------------------	---------

GRIS

Pantone 7545 PC	Ral 7011	Red: 81 Green: 98 Blue: 112	Cyan: 72% Magenta: 54% Amarillo: 41% Negro: 18%	#51626f
-----------------	----------	-----------------------------------	----------------------------------------------------------	---------

La impresión de los colores del imagotipo se debe realizar, siempre que se pueda, con tintas directas. En caso de que sólo un color pueda ser directo se elegirá siempre el rojo, con el fin de que el gris se imprima con el negro de la cuatricomía.

Aplicación en Pantones, CMYK o RGB

La aplicación del logotipo y del símbolo en soportes en los que se reproduzcan dos o más colores (tanto en CMYK, RGB o en tintas planas) se realizará preservando su identidad cromática, utilizándose para ello sólo los colores del manual. Sobre fondo negro, el símbolo se representará con sus colores.

Aplicación monocromática

La versión principal es con el imagotipo en rojo aunque puede usarse la versión en gris en usos de papelería y cartelería. Siempre al 100%.

Tanto sobre los fondos corporativos como sobre fondos de color negro el imagotipo irá en blanco.

Aplicación en blanco y negro

Cuando el fondo es blanco, el logotipo y el signo irán en negro al 70%.

Si el fondo es negro el imagotipo se representará negativado.

Fondo Blanco



Fondos corporativos



Fondo Negro



Aplicación en Pantones, CMYK o RGB

El imagotipo mantendrá sus dos colores cuando se utilice sobre fondos claros que no obstruyan su identificación.

Sobre fondos oscuros se construirá en blanco con la imagen de la casa en rojo corporativo.

Aplicación monocromática

No se pueden usar los elementos corporativos con tintas claras que impidan la identificación de la marca. Para su uso con tintas planas, siempre han de ser tintas oscuras.

En fondos oscuros, el logotipo y el símbolo se utilizarán en su versión negativada.

Aplicación en blanco y negro

Sobre fondos claros el logotipo y el símbolo se representarán al 70% de negro.

Cuando los fondos sean oscuros, símbolo y logotipo irán en blanco y la imagen de la casa en negro al 100%.

Fondos fotográficos en color o grises



Fondos en color o grises



La tipografía corporativa es la del logotipo, construida gráficamente para tal fin. Su uso queda exclusivamente restringido a las denominaciones institucionales como son:

- El logotipo.
- La aplicación del logotipo a las lenguas autonómicas y extranjeras.

En las categorías que se usan en la denominación de las sedes y organismos, se ha utilizado para complementar a la tipografía principal dos tipos de letras según el nivel requerido.

- Nivel 1: Tipografía corporativa
- Nivel 2: Tipografía Decima Nova pro Regular
- Nivel 3: Tipografía Decima Nova pro Bold italic

DECIMA NOVA PRO REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 123456789¿?¡!\$%&-*@/[([.,;:)]

abcd123

DECIMA NOVA PRO BOLD ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-@/[([.,;:)]*

abcd123

La tipografía complementaria debe utilizarse sólo en los contenidos literarios de los diversos soportes de edición. Se compone de las familias Decima Nova Pro y Arial.

Como norma general se debe recurrir a una de estas dos familias tipográficas o a la combinación de ambas para editar cualquier soporte corporativo, pudiéndose modificar en publicaciones de carácter regular como revistas, libros, catálogos, folletos y anuncios publicitarios.

Para su uso en soportes digitales, consulte el apartado "Soportes digitales" del manual general.

FAMILIA DECIMA NOVA PRO

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

FAMILIA ARIAL

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

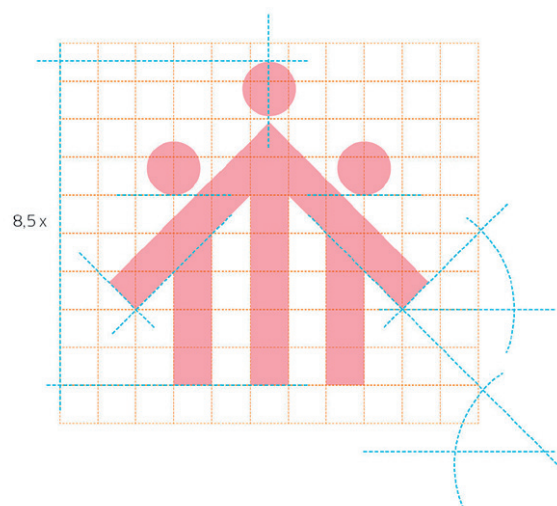
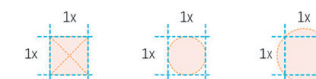
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡!\$%&-*@[([.,:;)]

Se trata de la parte en blanco del símbolo, que al ser extraída de él pasa a adquirir carácter propio.

Es un elemento con menos peso visual, por lo que debe ser utilizado de forma ornamental, sin relevancia corporativa. Resulta ideal para utilizarse sobre soportes en los que este símbolo requiera de unas dimensiones grandes.

Se podrá usar siempre que el soporte reúna las siguientes condiciones:

- Carácter ornamental
- No puede ir acompañado del nombre
- Uso preferentemente interno



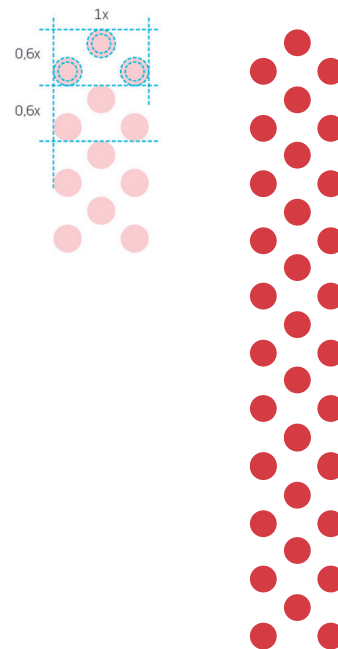
La banda ornamental es un elemento prescindible cuyo uso se restringe para usos como la señalética interior, la papelería y las comunicaciones exteriores.

Su simbolismo radica en que representa el camino de rosas soñado por Don Bosco.

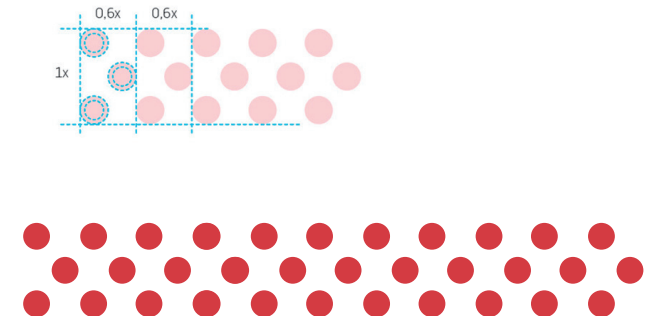
Se compone de los tres círculos del imagotipo, ligeramente aumentados en tamaño pero no en ubicación y formando una trama horizontal o vertical.

Puede usarse tanto en los colores corporativos, en los complementarios así como en diferentes tramas. Siempre debe ser un elemento de apoyo y de identificación de la marca, por lo que su presencia no debe restar importancia al resto de elementos con los que convive.

COMPOSICIÓN VERTICAL DE TRAMA



COMPOSICIÓN HORIZONTAL DE TRAMA

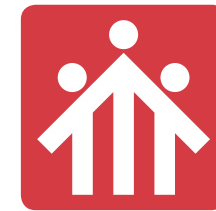


CASTELLANO



salesianos

CATALÁN Y VALENCIANO



salesians



salesianos



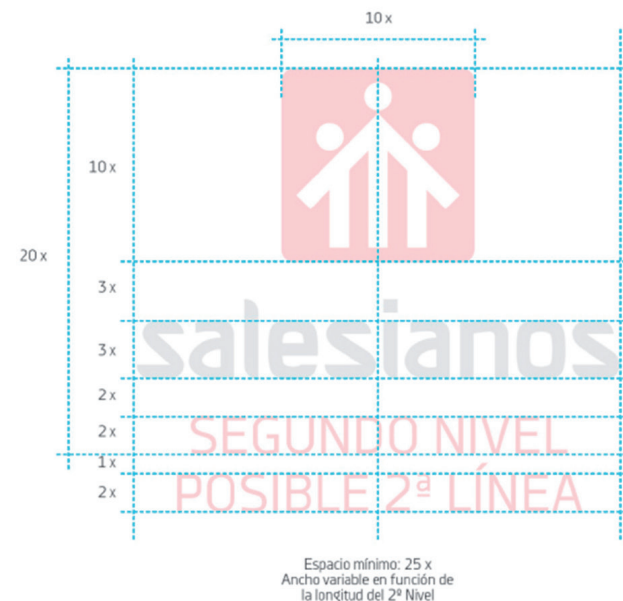
salesians

Junto al imagotipo aparece identificado un nivel inferior pudiendo determinar la inspectoría, ubicación, obra, casa, delegación o centro nacional. Siempre en color rojo corporativo y mayúsculas, utilizando la tipografía Decima Nova Pro Regular en las proporciones que se explican en esta página y la siguiente.

CUÁNDO USARLO

Este nivel debe aplicarse en los siguientes usos:

- La denominación de las Inspectorías.
- La denominación de cada obra.
- El ambiente predominante en cada obra, siempre y cuando su identificación no entre en colisión nominativa o pueda generar confusión en los receptores. Esta es una opción que sólo se contempla como una posibilidad, para que cada centro pueda usarlo si cree que debe prevalecer un interés identificativo sobre el resto de ambientes de la obra. En condiciones normales el uso preferente será del tercer nivel.



TERCER NIVEL VERTICAL Y HORIZONTAL

CATEGORÍAS Y APLICACIONES TERRITORIALES

El tercer nivel de categorización se utilizará para identificar las diferentes partes del segundo nivel. Por ejemplo, en este nivel se encuentran las delegaciones inspectoriales o los colegios y parroquias comprendidas dentro de una de las obras salesianas.

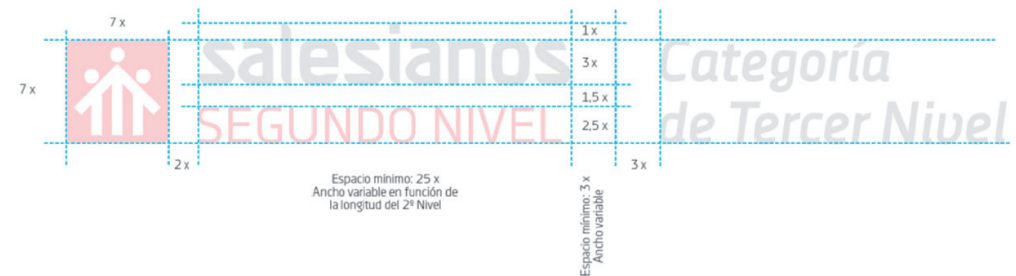
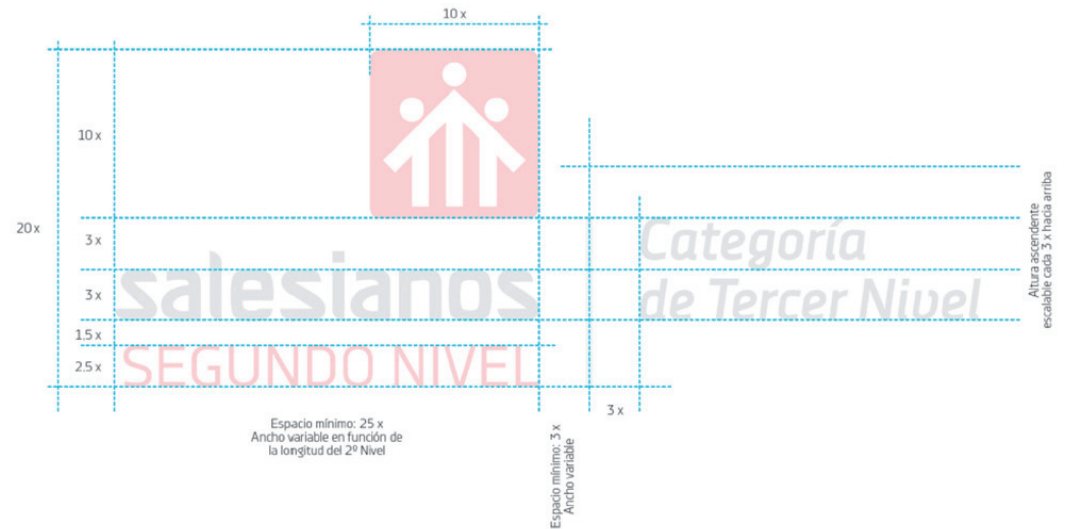
Esta categoría estará visualmente separada de las anteriores mediante una barra vertical al 50% del gris corporativo.

El texto se escribirá en gris corporativo y caja baja, utilizando la tipografía Decima Nova Pro Bold Italic en las proporciones que se explican en esta página y la siguiente.

CUÁNDO USARLO

Este nivel debe usarse exclusivamente por:

- Las delegaciones y departamentos de las inspecciones.
- Los ambientes dentro de cada obra.



Nivel 2 logotipo vertical



Nivel 2 logotipo horizontal



Nivel 2 logotipo vertical



Nivel 3 logotipo vertical



Nivel 2 logotipo horizontal

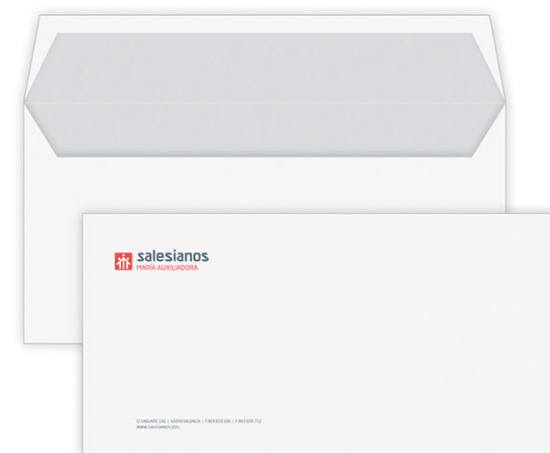
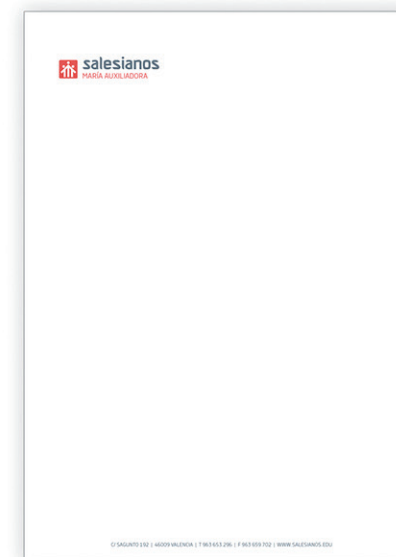


Nivel 3 logotipo horizontal



Para más información sobre la imagen corporativa y su correcta aplicación, así como información acerca de los soportes digitales e impresos, por favor contactar con:

Delegación de comunicación social
 imagencorporativa@salesianos.edu



Para más información sobre la imagen corporativa y su correcta aplicación, así como información acerca de los soportes digitales e impresos, por favor contactar con:

Delegación de comunicación social

imagencorporativa@salesianos.edu

